

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir, S. M. D., & Vahlepi, S. (2021). Mendalami Informasi dengan Bertabayyun Menurut Al-Qur'an di Tinjau Dari Tafsir Klasik dan Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 825. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1570>
- Africano, F., & Si, M. (2020). *Ekonometrika : Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (M. S. Lidia Desiana, SE. (ed.); pertama). Rafah Press.
- Ahdiat, A. (2022). *Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce untuk berbelanja fashion*. Data Boks. databoks.katadata.co.id
- Akbar, H., Usman, O., & Sari, D. A. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, E-Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Fashion Lokal. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 891–905.
- Akila. (2022). Pengaruh Mutu Produk Serta Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Pada Usaha Mandiri Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonometika*, 353–366.
- Anggraeni, H., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab pada toko Trend Hijab. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 8–13.
- Arifin, Z., & Anshori, M. (2022). Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah. *Madani Syariah*, 5(2), 83–97. <https://stai-binamadani.e-journal.id/madanisyariah>
- Bakti, R., & Tiara, A. A. (2021). *Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Shahla Muslim Syar'i di Gallery Ummu Afifa Collection*. 13(1), 116–131. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Bps. (2022). *Petumbuhan Produksi Tahunan Y on Y menurut 2-digit KBLI (Persen), 2022*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/170/400/1/pertumbuhan-produksi-tahunan-y-on-y-menurut-2-digit-kbli.html>
- Cahya, F. M., Wulan, I. A. D. P., & Damayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement, Variasi Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 88–98. <https://doi.org/10.32502/jimn>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. S. Tambunan (ed.); Pertama, Issue Juni). Media Sains Indonesia.
- Desiana, L., & Aryanti, A. (2020). *Manajemen Keuangan Dalam Bisnis Syari'ah*

- (M. S. Fernando Africarno, S.E.I. (ed.); Pertama). Rafah Press. <http://repository.radenfatah.ac.id/19391/>
- Dr. Kasmir, S.E., M. M. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian* (S. Nurachma (ed.); Pertama). PT Rajagrafindo Persada.
- Dr.Drs.Ngatno, M. (2017). Manajemen Pemasaran. In *Pemasaran* (pertama, pp. 1–292). EP Press Digimedia. <https://doi.org/9786020962399>
- Dr.M.Anang Firmansyah, S.E., M. . (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)* (Q. Media (ed.); Pertama). CV.Penerbit Qiara Media.
- Dr.Nugroho j. Setiadi S.E., M. . (2015). *Perilaku Konsumen* (Satucahyapro (ed.); Pertama). Prenadamedia Group.
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk dan Display Layout terhadap Keputusan Pembelian melalui Word Of Mouth sebagai Variabel Mediasi di Toko SRC Jumasri. *Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi, VII*, 710–728.
- Gibtiah, Desiana, L., & Aryanti. (2018). Analisis Moslem Friendly Tourism, Living Cost, Culture dan Kurs Valuta Asing Terhadap Minat Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berkunjung Ke Jepang. *Nurani, 18*(1), 45–59.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. *Jurnal UMJ*.
- Hapsari, W., Palinggi, Y., & Idham. (2021). Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Unikarta, 2*, 140–154.
- Herlina, E. (2022). Pengaruh Layout Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Daya Tarik Produk (Survei Pada Konsumen Baso Assyukur Tasikmalaya). *Jurnal Cendekia Ilmiah, 1*(6), 756–762.
- Ifany, A. N., Walian, A., & Desiana, L. (2023). Pengaruh kualitas produk, lokasi, dan label halal terhadap keputusan pembelian pempek beringin di kota palembang. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi, 2*(2), 10–16.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (D. M. Indrasari (ed.); Pertama). Unitomo Press.
- Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., Walangitan, O., Studi, P., Bisnis, A., Administrasi, J. I., & Ratulangi, U. S. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou . id pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis, 3*(2), 161.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. In S. Yagan (Ed.), *Essentials of Management for Healthcare Professionals* (14th ed.). Prentice Hall. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik*

- Melalui Ecommerce* (Pertama). Mitra Abisatya.
<http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/pdf>
- M. Junestrada Diem, A.Md Par., S. E., & M.Si Fernando Africano, S.E.I., M. S. (2023). *Manajemen Strategi* (M. S. Lidia Desiana, S.E. & M. . Muhammad Rahman Bayumi (eds.); Pertama). CV. Amanah.
- Manopo, C., Tampi, J. R. ., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(6), 6–9.
- Maryati, & M.Khoiri. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian toko online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Mukaromah, A. L., Kusuma, I. G. N. A. E. T., & Anggraini, N. P. N. (2019). The Effect of Green Marketing, Brand Awareness and Price Perception on Purchase Decision. *International Journal of Applied Business and International Management*, 4(3), 75–83.
<https://doi.org/10.32535/ijabim.v4i3.685>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Peter, J. P., & C.Olson, J. (2016). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (M. Masykur (ed.); sembilan). Selemba Empat.
- Prakoso, Z., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Brand Image, Online Consumer Review, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Kota Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3615–3632.
<https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/2109>
- Pranjoto, R. G. H. (2021). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Islam Terhadap Keberlangsungan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal of Management Studies*, 15(1), 14–31.
<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i1.10556>
- Prof Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (M. P. Setiyawami, S.H. (ed.); Pertama). Alfabeta.
- Putri, A. V., & Bambang. (2022). Pengaruh Persepsi Harga , Lokasi , dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Gejrot Mitoha Galak. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(3), 835–850.

- Putri, D. L. S., & Santoso, R. M. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Label Halal, dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian UMKM Oleh-oleh Getuk Eco Magelang. *Borobudur Management Review*, 2(2), 108.
- Rasyid, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Mutu Produk terhadap Keputusan Pembelian Buds Organics. *Jurnal of Economics and Busines*, 11(1), 141–152.
- Rustianah, Bintarti, S., Wicaksana, P. S. I., & Sari, R. (2022). The Effect Of Product Quality, Product Variation And Promotion Towards The Purchase Decision Of Viva Cosmetics. *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 448–453. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr.Ir. Try Koryati (ed.); Pertama). KBM Indonesia.
- Saleh, A. A. (2020). *Psikologi sosial* (S. Lukman (ed.); Pertama). IAIN Parepare Nusantara Press.
- Setiawahyu, M. D., & Efendi, Y. (2022). Kecurangan dalam Jual Beli Menurut Al-Qur ' a n Perspektif. *Lathaif*, 1(1), 49.
- Shafitri, R. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian: Survei pada Konsumen (Survei pada Konsumen Toko QueenzaBella Fashion Ciawi Tasikmalaya. *Jurnal Cendikia Ilmiah*, 1(4), 345–348. <http://ulilalbabainstitute.com/index.php/JIM/article/view/887%0Ahttps://ulilalbabainstitute.com/index.php/JIM/article/download/887/808>
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)* (M. S. Sofia Yustiyani Suryandari, S.E. (ed.); Ketiga). Alfabeta CV.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Suwito (ed.); pertama). Kencana.
- Syafitri, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.809>
- Syamsul Effendi. (2021). Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 1, 26–35. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/mulaqah/article/view/3442/2382>
- Syaparuddin, D. (2021). *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)* (M. S. Jumriani, S.Sos. (ed.); Pertama, Issue 3). TrustMedia Publishing.
- Tri Hidayati, M. P., Ita Handayani, M. p., & Ines Heidiani Ikasari, S.Si., M. K. (2019). *Statistika Dasar* (N. Falahia (ed.); Pertama). CV. Pena Persada.
- Yuliantie, E. (2021). *Effect Of Product Quality , Price Perception , And Promotion On Purchase Decisions At Pand ' s Muslim Department Store*. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manahemen Indonesia*, 04, 176–188.

Zusrony, E. (2018). *Perilaku Konsumen di Era Modern* (R. A. Kusumajaya (ed.)).
Yayasan Prima Agus Teknik.